УДК 338.7
Н. Габік

ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ В РИНКОВИХ УМОВАХ

У статті ведеться мова про доцільність планування собівартості продукції в ринкових умовах. Основне завдання такого планування полягає у визначенні необхідності величини затрат на виробництво продукції при раціональному використанні всіх виробничих ресурсів.

Перехід до ринкової економіки, децентралізація прийняття економічних рішень, передача економічної влади підприємствам, породжує ризик та невизначеність в підприємницькій діяльності. В таких умовах для прийняття різного роду рішень необхідно мати надійну інформацію. Більшу її частину інформації може дати показник собівартості продукції.

Планування собівартості продукції регламентовано низкою методичних і інструктивних матеріалів. Це забезпечує певну єдність у підході в області віднесення затрат по елементах і статтях калькуляції. Проте, це не означає, що в плануванні собівартості продукції немає проблем і недоліків. Вони неминучі в силу прояву самої суті діалектики розвитку. Плануванню собівартості повинна приділятися особлива увага. Визначення правильної величини затрат на виробництво дозволить колективу більш достовірніше формувати результативні показники своєї діяльності - доходу і прибутку, правильно визначати стратегію свого розвитку, складати збалансований по всіх розділах план. Зниження собівартості - це один із важливих напрямків збільшення грошових поступлень і ресурсів самофінансування самостійних підприємств.

За часів функціонування командно-адміністративної економіки стан аналізу господарської діяльності характеризувався тим, що робився він, головним чином, на

основі звітності. При цьому отримувалась лише загальна оцінка і основні напрямки розвитку підприємств. Цей аналіз, звичайно, не прийнятий для цілей оперативного керівництва господарської діяльності підприємств. Собівартість продукції залежить від умов виробництва в окремих цехах і на дільницях, тому щоденна інформація про відхилення від норм втрат ресурсів за даними оперативного обліку для вдосконалення оперативного керівництва цехами і дільницями має більш вагоме значення, ніж щомісячне визначення собівартості продукції, тому, оскільки дає можливість забезпечити негайне прийняття заходів щодо зменшення витрат на виробництво [1].

У 70-х роках собівартість було виключено з числа показників, які централізовано встановлювались підприємством. Вона почала плануватись і враховуватись самим підприємством, як розрахунковий показник.

Відмова від використання собівартості для оцінки роботи підприємства пояснювалася тим, що по-перше, собівартість в силу своєї грошової форми не може служити надійним показником рівня трудових затрат, що робились на підприємстві. Зниження собівартості, що дає підставу для заохочення колективу, часто не відповідало змінам у затратах праці на даному підприємстві. По-друге, собівартість виражає витрати підприємства, а не результат його діяльності, котрий хоч і залежить від собівартості, але визначається і іншими факторами - обсягом та якістю продукції, що реалізується.

Дійсно, в період, коли собівартість була основним директивним показником, існував досить низький рівень обліку витрат виробництва на підприємствах, що негативно впливало на якість показника собівартості.

"Після реформ 60-х років, коли головним оціночним показником роботи підприємства став прибуток, підприємства знайшли можливість підвищувати рентабельність виробництва не шляхом зниження собівартості продукції, а за рахунок підвищення прибутку через зростання цін" [2, с.23].

Таким чином, послаблення уваги до показника собівартості мало досить вагомі негативні наслідки на розвиток економіки країни у 60-ті та 70-ті рокию У цей період було послаблено виконання показником собівартості контролюючої і стимулюючої функції.

При підготовці переходу до ринкової економіки господарювання міністерствами і Українським Урядом колишні помилки і прорахунки не були враховані і ставлення до планування собівартості продукції залишилося старим.

Безперечно, головним результатом реформи і повинно було стати переведення народного господарства на шлях зниження витрат і підвищення якості продукції, оскільки саме цим шляхом ідуть всі розвинуті країни світу з розвинутою ринковою економікою, і якраз на цьому напрямку більше всього помітне наше відставання. В цілому по народному господарству зниження собівартості продукції дозволило б здешевити виробництво товарів на багато мільярдів гривень. Але підприємства, як і раніше, не отримують реальної вигоди від зниження собівартості продукції. Тут відчувається недостатня економічна грамотність у даному питанні, внаслідок якої методи впливу на рівень витрат виробництва не стали стимулюючим фактором і регулюючим інструментом управління економікою.

Таким чином, планування собівартості продукції в усіх типах економіки (ринкової та інших) є життєво необхідним.

Основними особливостями, які необхідно врахувати при плануванні собівартості продукції в ринкових умовах господарювання є:

- виділення обсягів матеріальних і прирівняних до них затрат для зв'язку цих розрахунків з показниками прибутку ;
- більш повний облік можливих коливань цін на використовувані ресурси у зв'язку із збільшенням частки договірних цін;
- підвищення достовірності розрахунків цехової собівартості і собівартості окремих виробів по закінчених операціях у зв'язку із розвитком внутрішньо-виробничого госпрозрахунку. В загальну схему планування собівартості на

підприємстві доцільно включити розробку кошторису затрат на виробництво продукції, розрахунки собівартості окремих видів продукції по їх калькуляціях, визначення показників зниження собівартості на плановий період.

В умовах переходу до економічних методів управління і ринкового регулювання в плануванні собівартості продукції повинні відбуватись кардинальні зміни і розроблятися вона повинна на основі нової методології, близької до методології індикативного планування. Відмова або необгрунтоване послаблення планового регулювання в умовах існування серйозних економічних, соціальних і фінансових проблем в народному господарстві може призвести до непередбачуваних наслідків і різкого росту цін, банкрутства підприємств, падіння виробництва, зниження життєвого рівня.

Важливе значення в діяльності підприємства в умовах регульованого ринку має обгрунтоване планування собівартості продукції, так як від самостійного вибору перспектив розвитку і скоординованих рішень по реалізації власних коштів, впровадження досягнень науково-технічного прогресу і інших рішень значно залежить фінансове і матеріальне становище, як усього колективу, так і окремого працівника.

Планування собівартості промислової продукції досягає мети лише у тому випадку, коли воно основується на глибокому знанні економіки досліджуваного підприємства і правильному розумінні поставлених перед ним завдань, які зводяться:

- до об'єктивної оцінки виконання плану по зниженню собівартості продукції, критичної оцінки самого плану з метою його вдосконалення;
- до виявлення конкретних умов, факторів і форм дії економічних законів на основі визначення, вимірювання і об'єктивної оцінки причин, які обумовивили зміну собівартості продукції;
- до виявлення резервів зниження собівартості продукції і знаходження шляхів їх мобілізації, до перевірки дієздатності розроблених заходів по реалізації цих резервів, контролю за їх виконанням.

Отже, основна мета планування собівартості продукції полягає у визначенні необхідної величини затрат на виробництво продукції високої якості при найбільш раціональному і ефективному використанні виробничих фондів, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Планування собівартості продукції повинне сприяти підвищенню технічного рівня виробництва, впровадженню прогресивних норм витрат матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, а також забезпечувати вияв і мобілізацію даних резервів для систематичного зниження затрат, пов'язаних з виробництвом і збутом продукції, і ріст на цій основі прибутків підприємств [2].

Планування собівартості продукції є основою ціноутворення в ринкових умовах, незалежно від методів реалізації цінової політики. І саме категорія собівартості виробництва органічно пов'язана з конкуренцією в ринковому механізмі господарювання. Через конкурентну боротьбу ринок постійно впливає на економічних суб'єктів, спонукаючи їх до ефективного використання всіх факторів виробництва, зниження витрат і впровадження досягнень НТП.

В основі методу ціноутворення, який базується на визначенні попиту, лежать витрати підприємства. Оскільки кожна ціна, яка встановлена підприємством, так чи інакше орієнтується на рівень затрат, які вклало підприємство у виробництво товару [1]. Але такий підхід буде вигідним до тих пір, поки немає непропорційного зростання витрат по виробництву і збуту товару. Тому, при плануванні договірні ціни необхідно визначати:

по-перше, з врахуванням кон'юктури ринку, стану попиту і пропозиції;

по-друге, в залежності від затрат і забезпечення необхідного прибутку підприємства;

по-третє, враховуючи середній суспільний рівень ефективності використання ресурсів.

Для цього на підприємстві повинен бути налагоджений механізм обліку цін і їх

змін в часі, показників ринкового попиту і пропозиції, на основі чого необхідно визначити ступінь дефіцитності продукції. Ринкові механізми встановлення рівноваги між попитом і пропозицією діють на ціни так, що останні зростають при дефіциті товару і падають при його надлишку. Таким чином, якщо продукція, що випускається, є дефіцитною, то можливе збільшення цін на неї.

Організація обліку руху цін, попиту і пропозиції на продукцію, що випускається, не тільки допоможе визначити рівень цін, але і вчасно здійснювати роботи по оновленню, модернізації і заміні асортименту продукції, щоб уникнути її перевиробництва у порівнянні із попитом і не допустити падіння своїх оптових цін. Отже, загальний рівень цін на виготовлену продукцію, може бути визначений, виходячи із аналізу ринкової ситуації. Конкретне значення ціни необхідно обгрунтувати, застосовуючи одну з приведених вище схем планування ціни на основі собівартості, або на основі матеріальних і прирівняних до них затрат, включаючи амортизацію. Проте, в будь-яких випадках в основі ціноутворення лежать затрати, тому що мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, отже, планування собівартості продукції в ринкових умовах набуває першочергового значення.

Відповідно, планування собівартості продукції на рівні підприємств у ринкових умовах господарювання визначає шляхи вирішення суспільних потреб різними ланками управління з найменшими затратами ресурсів. Планування на рівні підприємств виступає одним із важелів самоуправління. У процесі господарського планування на основі індикативних завдань виробничі ланки самостійно розробляють техніко-економічні показники господарської діяльності, направляючи її по необхідному шляху, тобто на задоволення потреб споживачів.

Summary. The article deals with the necessity of production cost planning in the market economy.

Література:

1. М.С. Пушкар. Планування і організація підприємств, об'єднань і комплексів. -К.: НМКВО, 1993. - 413с.
2. Калита Н.С.,Кожуховский Н.С. Ценообразование в условиях рынка.-К.:Укр НИИНТИ Госэкономики УССР, 1991.-60 с..